

Branders

Raum schaffen für Neues

Die Agentur Branders hat den Gesamtauftritt der Baugenossenschaft BEP aufgefrischt. Die minimalistische Gestaltung des Logos spielt auf das Motto «Raum Geben» an.

Die Baugenossenschaft des eidgenössischen Personals (BEP) verfolgt den Zweck, für ihre Mitglieder gesunden, umweltschonenden und preisgünstigen Wohnraum zu erhalten. Mit der Neugestaltung eines einheitlichen Markenauftritts möchte sich die Organisation im heterogenen Umfeld der Wohnbaugenossenschaften klarer positionieren und eine Identifikationsfläche für ihre Mitglieder bieten, wie es in einer Mitteilung heisst.

06.07.2022



Der neue Auftritt will den Gemeinschaftsgedanke als zentrales Element genossenschaftlichen Wohnens zur Geltung bringen. Die Grundidee des «Raum Gebens» wird in der Anordnung der Buchstaben im Logo sowie im spielerischen Umgang in weiteren Anwendungen aufgenommen. Der Fokus auf Wohn- und Lebensraum sowie auf Bewohnerinnen und Bewohner reflektiert sich zudem in der neuen Bildwelt, die das Identifikationspotenzial der Marke zusätzlich stützen soll, heisst es weiter.

Eine klare Typographie sowie die Reduktion der Farbpalette auf die Grundfarben Blau und Rot sowie Schwarz und Weiss unterstreichen die Einfachheit und vielseitige Anwendbarkeit des Designsystems für die unterschiedlichen Nutzer, wobei neben klassischen Anwendungen wie Briefschaften, Visitenkarten und Geschäftsberichte vor allem die digitale Präsenz der Marke als vielseitige Informations- und Kommunikationsplattform im Vordergrund steht.

Verantwortlich bei BEP: Maria Åström (Geschäftsführerin), Roland Tanner (Kommunikation); verantwortlich bei Branders: René Allemann (CEO, Creative Director & Founder), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Thomas Hausheer (Creative Brand Technologist), Sarah Trendle (Executive Brand Designer), Micha Kumpf (Senior Brand Designer). (pd/mj)